

УДК 658:687=83

В.В.ПОДОЛЬНА

(Київський національний університет технологій та дизайну)

Особливості гудвілу як нематеріального активу підприємства

This article is about the features of goodwill as intangible enterprise's assets. The features of goodwill are paid much attention by Ukrainian legislation and international states.

Ефективна діяльність підприємства, за умов розвитку ринкових відносин, неможлива без його позитивної репутації на ринку, яка характеризується таким, досить новим для українських підприємств нематеріальним активом як гудвіл.

Найрозповсюдженіше загальне визначення гудвілу (goodwill) — ділова репутація. У зарубіжній практиці цьому нематеріальному активу приділяли увагу ще у середині ХХ століття. В 1988 р. за стандартами BVS-II Американської асоціації оцінщиків (American Society of Appraisers), гудвіл визначено як «добре ім'я» фірми, яке складається з ділової репутації, взаємовідносин з клієнтами, розташування підприємства [1].

У більшості випадків гудвіл має дві складові: гудвіл підприємства (бізнесу) та персональний гудвіл.

Гудвіл підприємства формує велика кількість чинників, поміж яких: рівень кваліфікації персоналу, стратегічний стан на ринку, наявність постійних споживачів та постачальників.

Персональний гудвіл, як правило, характеризує ім'я керівника підприємства, який має безпосередній вплив на діяльність підприємства та його ділову репутацію на ринку.

Наявним прикладом двох складових гудвілу є швейні підприємства ЗАТ «Дана» та БАТ «Стиль-модерн». У випадку розгляду цих підприємств доцільно говорити про гудвіл підприємства. Оскільки, вони багато років працюють на швейному ринку України, мають певний досвід роботи, налагоджені зв'язки з постачальниками та «свого» споживача.

Прикладом наявності персонального гудвілу поміж швейних підприємств є дизайн-студії, що здійснюють пошиття одиначних дизайнерських речей і, як правило, випускають їх під власним ім'ям дизайнера. Відомими керівниками-дизайнерами, які формують персональний гудвіл власних підприємств, є Лілія Пустовіт, Оксана Караванська.

Поміж великих швейних підприємств персональний гудвіл яскраво виражений у БАТ «Швейна фабрика «Воронін».

Необхідно зазначити, що ім'я керівника часто-густо є й частиною торгової марки.

Так, Лілія Пустовіт випускає одяг під торговою маркою «NB Pustovit», БАТ «Швейна фабрика «Воронін» — під такими відомими торговими марками як «Voronin Exclusive», «Михайл Воронін», «VORONIN sport».

Наведений приклад свідчить, що гудвіл може бути пов'язаний з іншими нематеріальними активами. З точки зору репутації підприємства в очах споживачів, гудвіл певною мірою формується торговою маркою підприємства. Отже, постає питання у більш точному визначенні гудвілу як нематеріального активу та у визначенні його вартості.

Відповідно до характеристик нематеріальних активів гудвіл можна визначити у такий спосіб (див. схему).

Як бачимо, гудвіл є достатньо специфічним нематеріальним активом, оскільки має окремий набір характеристик, які непридатні жодному нематеріальному активу.

Оскільки гудвіл є невід'ємним нематеріальним активом, його неможливо продавати чи використовувати окремо від підприємства (орендувати).

Питання гудвілу відображені як у міжнародних, так і вітчизняних нормах. У міжнародній практиці облік гудвілу регулюється МСФО 22 «Об'єднання компаній», в якому гудвіл виникає у разі купівлі компанії та визначається як платіж, що здійснює покупець, передбачаючи майбутні економічні вигоди від активів, які окремо не відповідають вимогам відображення у фінансовій звітності, проте за які покупець готовий заплатити під час купівлі.

Відповідно до Закону України «Про оподаткування прибутку підприємства» під гудвілом розуміють нематеріальні активи, вартість яких визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо [2].

«Порядок експертної оцінки нематеріальних активів», визначає гудвіл, як «комплекс заходів, спрямованих на збільшення прибутку підприємства без відповідного збільшення активних операцій» [3].

Відповідно до міжнародних та українських норм, гудвіл не визначається як актив і не може бути відображений у формі №1 фінансової звітності (балансі) підприємства. Тільки у випадку придбання одним підприємством іншого, гудвіл підприємства, що купується, може стати об'єктом бухгалтерського обліку і бути відображений у фінансовій звітності. Таким чином, можна визначити, що фактична величина гудвілу є різниця між вартістю матеріальних та нематеріальних активів, що відображені у балансі, та конкретною ціною, за яку купують підприємство. Якщо ця ціна перевищує зазначені активи, то можна говорити про наявність гудвілу. Проте, певне коло спеціалістів наголошують на тому, що в такому разі гудвіл буде позитивним. А у випадку, коли ціна купівлі нижча, — гудвіл буде негативним [4].

Слід зазначити, що вартість гудвілу доцільно враховувати не лише у випадку купівлі-продажу підприємства, а й під час прийняття управлінських рішень, оскільки вартість гудвілу впливає на вартість підприємства загалом. Так, негативний гудвіл призведе до зниження всіх показників фінансово-господарської діяльності підприємства. Позитивний гудвіл дасть змогу не лише закріпитися на ринку, а й поліпшити свої позиції внаслідок стабільних ділових зв'язків, лояльності споживачів, ділової репутації підприємства тощо. Дотепер немає універсальної методики оцінки гудвілу для внутрішніх цілей підприємства.

Таким чином, останнім часом все більше уваги приділяють такому нематеріальному активу як гудвіл. Він відображений в українському законодавстві, проте лише у питаннях щодо визначення та оцінки гудвілу в разі купівлі/продажу підприємства. Найактуальнішою для підприємств є оцінка власного гудвілу для внутрішнього управління. Нині немає методики для визначення гудвілу з даною метою.

Ця проблема розглядатиметься автором статті у подальших дослідженнях.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. BVS (Business Valuation Standards) // www.management.com.ua/finance
2. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємства» // <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Порядок експертної оцінки нематеріальних активів. Затверджено наказом Фонду державного майна України та Державного комітету з питань науки і технологій від 27.07.1995 № 969/97 // Галицькі контракти. — 1995. — №37. — с.27-28.
4. Мендрул А.Г., Ларцев В.С. Оценка стоимости нематериальных активов — К.: ООО «Полиграф Информ», 2004. — 264 с.

Одержано 24.07.2006

